

Pendampingan Penulisan *Copywriting* untuk Meningkatkan Promosi Pariwisata di Desa Japan, Dawe, Kudus

Diah Kurniati¹, Ahdi Riyono², Mutohhar³, Nadiah Ma'mun⁴

^{1,2,3} Universitas Muria Kudus, Indonesia

⁴ UIN Walisongo, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Diah Kurniati

E-mail: diah.kurniati@umk.ac.id

Abstrak

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk membekali masyarakat Desa Jepang Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus khususnya generasi muda agar memiliki pengetahuan dan keterampilan cara membuat copywriting untuk promosi pariwisata dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Metode pemberdayaan yang dilaksanakan terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, pelatihan copywriting baik teori maupun praktek, pendampingan copywriting online, dan evaluasi. Kegiatan pengabdian copywriting dilaksanakan pada tanggal 23 September s/d 8 Oktober 2023. Hasil dari Pengabdian Masyarakat Copywriting menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat desa Jepang dalam membuat copywriting meningkat setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Hal ini terlihat dari copywriting yang dihasilkan selama proses pelatihan. Diharapkan setelah pengabdian masyarakat ini terlaksana, masyarakat di Japan Village dapat secara mandiri mempromosikan destinasi wisata dan event pariwisata dengan lebih baik dan persuasif kepada calon wisatawan domestik maupun internasional.

Kata kunci - Copy Writing, Pengabdian Kepada Masyarakat, Promosi Wisata

Abstract

This community service aims to equip the Japan village community, Dawe sub-district, Kudus Regency, especially young people, to have the knowledge and skills on how to make copywriting for tourism promotion with training and mentoring activities. The empowerment method that has been implemented consists of several stages. First, copywriting training, both theory and practice, online copywriting assistance, and evaluation. The copywriting service activity was carried out from September 23 to October 8th, 2023. The results of the Copywriting Community Service show that the ability of Japan village community to make copywriting increases after the training and mentoring were carried out. This can be seen from the copywriting that has been produced during the training process. It is hoped that after this community service is implemented, people at Japan Village can independently promote tourist destinations and tourism events better and more persuasively to potential domestic and international tourists.

Keywords – Copywriting, Community Service, Tourist Promotion

PENDAHULUAN

Desa Japan merupakan sebuah desa yang ada di kota Kudus tepatnya di kaki Gunung Muria. Desa ini memiliki banyak potensi ekonomi yang perlu dikembangkan, misalkan pemandangan alam yang indah, komoditas kopi muria, dan jeruk pamelu. Selain itu, Desa Japan juga memiliki potensi wisata religi. Hal ini dibuktikan dengan adanya petilasan dan situs jejak syiar agama Islam di masa lampau. Di samping itu, Desa Japan juga memiliki beberapa atraksi pariwisata yang dapat dijual sebagai *event* yang menarik untuk dikunjungi, salah satunya adalah atraksi penembromo. Panembromo merupakan sebuah kelompok kesenian paduan suara yang menyuguhkan musik dengan lagu berbahasa Jawa dengan diiringi alat musik tradisional gamelan. Dalam panembromo, lagu-lagu dinyanyikan oleh 10-20 orang. Kelompok kesenian ini dibentuk untuk merespon pelestarian kesenian tradisional yang sudah ada di desa tersebut.

Adanya potensi yang cukup bagus yang dimiliki oleh desa Japan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, terutama ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal melalui pengelolaan pariwisata di desa tersebut. Namun demikian kenyataan di lapangan pengelolaan pariwisata belum berjalan secara maksimal di desa Japan, khususnya terkait dengan promosi yang dilakukan. Salah satu penyebabnya berkaitan dengan persoalan sumber daya. Ditemukan bahwa banyak anak muda desa Japan yang berpindah ke tempat lain untuk mencari pekerjaan yang dianggap lebih menjanjikan untuk masa depannya. Faktor lain adalah karena kurangnya SDM dan pengetahuan literasi digital terkait dengan promosi pariwisata. Potensi yang besar tidak akan banyak diketahui masyarakat luas jika pengemasan dalam bentuk iklan promosi kurang dapat mendorong dan membujuk kesadaran pembaca untuk tergerak mengunjungi Desa Japan.

Berdasarkan penjelasan di atas TIM PKM Universitas Muria Kudus tergerak untuk melaksanakan pengabdian Masyarakat dengan judul : **Pendampingan Penulisan Copywriting Untuk Meningkatkan Promosi Pariwisata**. Menurut Jeffkins (1996) *copywriting* merupakan penyusunan naskah iklan ataupun suatu produk(benda ataupun jasa). *Copywriting* merupakan salah satu ujung tombak dalam promosi produk sehingga menjadi aspek berarti buat tingkatkan penjualan (Maulani, dkk 2021) *Copywriting* juga diartikan sebagai keahlian mengelola kata dengan mempraktikkan faktor seni di dalamnya yang dapat memunculkan dampak persuasive (Maulana et al , 2022). Media dalam Copywriting tidak hanya dalam wujud tulisan namun juga dapat berupa visual foto serta video. Selain itu seperti yang disampaikan oleh Mele, dkk (2021), Promosi pariwisata tidak dapat dilepas dari budaya dan harus menyampaikan kesan budayanya. Ada beberapa tahapan penulisan copywriting yang akan dilatihkan dalam pendampingan ini (Prayoga, 2018; Putri, 2020). Antara lain;

1. Pondasi kuat jadi penulis copywriting hebat
2. Peran *copywriting* dalam promosi *online*
3. *Copywriting preparation*
4. *Copywriting strategy*
5. *Copywriting formula*
6. *Emotional hypnotic copywriting*
7. *Copywriter's block*
8. *Copywriting booster*
9. *Copywriting insight Canvas*

Para peneliti terdahulu sudah pernah melakukan penelitian atau pengabdian terkait dengan *copy writing*, diantaranya adalah : Faraba, dkk (2023); Jayantini, dkk (2023), Maulana (2022), dan Nasution. dkk (2021). Faraba, dkk (2023) memberikan Pengenalan dan Pelatihan Persuasive Copywriting bagi Karangtaruna dukuh Gondang Legi, Jumapuro, dan Brongkol Desa Kwangsan di era ekonomi digital dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa 55 peserta sudah bisa menerapkan teknik *copywriting* dengan membuat kalimat promosi menggunakan rima yang sama. Sedangkan peserta lainnya masih mencoba merancang kalimat

promosi. Sementara itu Jayantini dkk (2023) yang mengadakan pelatihan copywriting untuk generasi hustling mendapatkan respon positif dari peserta pelatihan.

Pengabdian ini bertujuan untuk membekali masyarakat desa Japan, kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, khususnya para pemuda agar memiliki pengetahuan dan keterampilan bagaimana membuat copy writing untuk promosi wisata dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan.

Tujuan kegiatan berkaitan dengan IKU PT No 2 dikarenakan kegiatan ini melibatkan mahasiswa sebanyak 3 (tiga) orang sehingga mereka akan mendapatkan pengalaman di luar kampus. Selain itu juga mengacu pada IKU No 3, dimana dosen berkegiatan di luar kampus melalui pengabdian kepada masyarakat dimana hasil dari kegiatan tersebut nantinya dapat digunakan oleh masyarakat (IKU No. 5).

METODE

Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah metode pendampingan dan pemberdayaan sumber daya manusia dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut:

(a) Tahap Perencanaan (Planning)

Tim melakukan studi *preliminary* tentang promosi pariwisata dan permasalahannya, khususnya di desa Japan, Kudus pada tahap perencanaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan penduduk desa Japan, TIM PKM menemukan bahwa kurangnya SDM dan kemampuan digital literasi merupakan salah satu faktor belum maksimalnya promosi wisata di desa Japan.

(b) Tahap Pelaksanaan (Implementation),

Pada tahap pelaksanaan telah diadakan beberapa kegiatan yang diikuti oleh masyarakat desa Japan, Dawe, Kudus. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya: pelatihan penulisan *copywriting* teori dan praktik, pendampingan pembuatan iklan promosi untuk media online, dan Pemberdayaan masyarakat dengan literasi konsep pariwisata sederhana dan digitalisasi.

(c) Tahap Evaluasi dan Monitoring,

Evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah adanya kegiatan tersebut. Hasil evaluasi digunakan sebagai program keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti dijelaskan sebelumnya, kegiatan program PKM pendampingan penulisan *copywriting* promosi pariwisata terbagi menjadi 3 (tiga) tahapan, yaitu: (1) tahap persiapan, yang meliputi observasi awal dan *need analysis*, (2) pelaksanaan atau implementation dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan siswa. dan (3) Tahap evaluasi dan monitoring. Adapun tahapan kegiatan tersebut akan dijelaskan di bawah ini.

Tahap Perencanaan (Planning)

Pada tanggal 15 Juli 2023 Tim melakukan studi *preliminary observation* tentang promosi pariwisata dan permasalahannya, khususnya di desa Japan, Kudus. Tim berhasil menemukan bahwa belum maksimalnya promosi wisata dikarenakan kurangnya SDM dan kemampuan digital literasi. Informasi tersebut didapatkan berdasarkan hasil wawancara TIM dengan penduduk desa Japan. Kemudian, Tim PKM membuat analisis kebutuhan dengan melakukan FGD TIM berdasarkan hasil *preliminary observation* tersebut.



Gambar 1.
Koordinasi TIM

Tahap Pelaksanaan (*Implementation*),

Telah diadakan beberapa kegiatan yang diikuti oleh masyarakat desa Japan Kudus pada tahap kedua, yaitu tahap pelaksanaan. Kegiatan diawali dengan sambutan dari Kepala Desa Japan, Bapak Sigit Tri Harso, S.E. dan sambutan perwakilan TIM PKM, Mutohhar, S.Pd., M.Pd. Adapun jadwal lengkap pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

- a. tanggal 23 September 2023 dilaksanakan Pelatihan literasi konsep pariwisata sederhana dan digitalisasi penulisan *copywriting* dilaksanakan dengan narasumber Mutohhar, S.Pd.,M.Pd



Gambar 2.
Pelatihan Digitalisasi Copywriting

- b. Pada tanggal 24 September 2023 dilaksanakan Workshop/Praktek penulisan *copywriting* untuk promosi pariwisata. Jumlah peserta workshop 25 orang dengan pemateri Dr. Ahdi Riyono, S.S., M.Hum dan Dr. Diah Kurniati, S.Pd., M.Pd dari Universitas Muria Kudus



Gambar 3.
Pelatihan Digitalisasi Copywriting

- c. Pendampingan penulisan *copywriting* untuk promosi wisata untuk media online yang dilaksanakan selama 2 minggu dari tanggal 25 September – 8 Oktober 2023.

(c) Tahap Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan setelah pelatihan dan pendampingan selesai dilaksanakan dan hasil evaluasi digunakan sebagai program keberlanjutan. **Hasil pelatihan dan pendampingan penulisan copy writing menunjukkan bahwa** penguasaan pengetahuan dan keterampilan copywriting untuk promosi pariwisata masyarakat desa Japan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari hasil copy writing yang ditulis oleh peserta sebagai berikut:

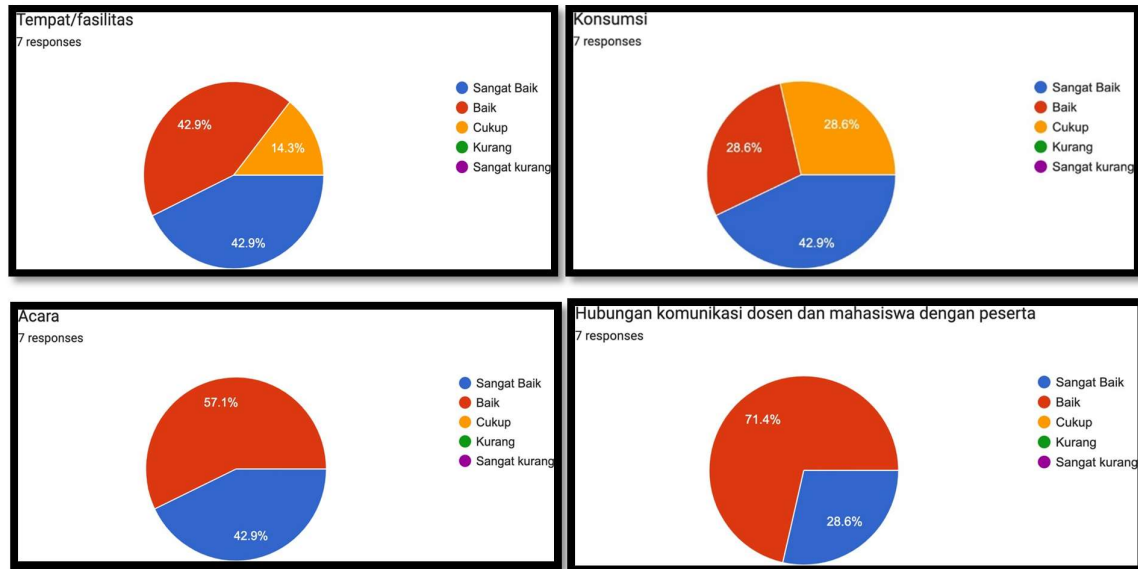
1. Ingin cari yang mapan, yang tampan, datang ke japan
2. Makanan lezat, aroma kopi yang nikmat, dapat anda temukan saat anda berkunjung di japan
3. Hidup tidak sesuai harapan? Ingin lari dari kenyataan? Datang ke Japan
4. Hutan yang lebat, kulinernya lezat, anda hebat kalau datang ke Japan
5. Liburan ngga harus ke luar kota, ngeluarin waktu, tenaga, budget yang ngga sedikit..Padahal banyak banget loh tempat rekreasi terdekat..Contohnya Japan negeri kopi dengan keindahan dan kesejukannya dapat menenangkan jiwa

Selain itu, hasil questionnaire yang didistribusikan juga menunjukkan bahwa paara peserta memberikan respon baik terhadap kegiatan penulisan copy writing yang telah diberikan. Hasil peneitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Faraba, dkk (2023); Jayantini, dkk (2023), dan Nasution, dkk (2021) yang menjelaskan bahwa tingkat kepuasan peserta pelatihan mencapai 100% tentang kebermanfaatn, kejelasan materi yang disampaikan, serta pentingnya pelatihan ini untuk pekerjaan mereka.

Masyarakat desa Japan sebagai mitra PKM memberikan kontribusi yang sangat positif dalam pelaksanaan sebagai berikut:

1. Masyarakat desa Japan bersedia diwawancara dan diobservasi dalam kegiatan studi pendahuluan dan need analysis.
2. Sebagai mitra pengabdian, pemerintah desa Japan membantu kelancaran kegiatan pengabdian dengan mengkondisikan masyarakat untuk dapat mengikuti kegiatan sehingga memberikan kontribusi terhadap kesuksesan kegiatan PKM ini
3. Masyarakat desa Japan sangat antusias dalam mengikutii kegiatan pemaparan materi pengabdian

4. Pihak sekolah mitra (guru dan siswa) bersama-sama dengan Tim pengabdian mengikuti kegiatan praktek penulisan *copywriting* setelah mendapatkan materi. Pada tahap evaluasi, masyarakat desa Japan memberikan masukan dan saran terkait dengan pelaksanaan pengabdian yang telah dilaksanakan, sebagai berikut:



Gambar 4.
Hasil Evaluasi Kegiatan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM pemberdayaan industri kreatif berbasis kearifan lokal masyarakat lereng muria desa japan melalui penulisan *copywriting* promosi pariwisata dapat terlaksana dengan lancar dan sukses dengan adanya kerjasama yang baik antara Tim PKM UMK dan Pemerintah Desa Japan). Hal ini dapat dibuktikan dengan antusiasme peserta dalam mengikuti semua kegiatan yang sudah direncanakan. Selain itu, pengetahuan dan keterampilan warga desa Japan terkait *copywriting* meningkat setelah adanya pelatihan dan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faraba, K.S.A., Muslimin, E, Hartadi.(2023).Pengenalan dan pelatihan persuasive copywriting bagi karangtaruna. dukuh Gondang Legi, Jumapuro, dan Brongkol Desa Kwangsan di era ekonomi digital. *Jurnal Gramaswara*. Vol. 3, No. 1 DOI: 10.21776/ub.gramaswara.2023.003.01.03
- Jayantini, I. G. A. S. R., Hikmaharyanti, P. D. A., Utami, N. M. V., Ariyaningsih, N. N. D., & Pradevi, I. D. A. S. B. N. (2023). Pelatihan copywriting untuk generasi hustling. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 434–441. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i4.477>
- Jefkins, Frank, 1996, Periklanan,Edisi ke-3, Jakarta : Erlangga.
- Maulana, A., Taufiq, N., dan Pratikto, I. (2021) "Perubahan lahan mangrove di pesisir Muara Gembong, Bekasi, Jawa Barat," *Journal of Marine Research*, vol. 10, no. 1, pp. 55-63. <https://doi.org/10.14710/jmr.v10i1.28396>
- Maulana, R., Nurmalasari, Maulana,M.S.,Winnarto,, M.N.,Iqbal,M., dan Lailiah, B. (2022). Pelatihan menjadi talenta digital dengan copywriting. *JOTIKA*, Vol. 2, No. 1, <https://journal.jotika.co.id/index.php/JPPMJ/article/view/44/53>

- Mele, E., Kerkhof, P., & Cantoni, L. (2021). Analyzing cultural tourism promotion on Instagram: a cross-cultural perspective. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(3), 326–340. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1906382>
- Nastion, S.S., Kusumoriny, L.A., Fitria, S., Siregar, H.S., dan Fania, F. (2021). Pelatihan Copywriting dan travel writing untuk promosi pariwisata geopark Ciletuh-Palabuhan Ratu bagi generasi milenial. *Journal of Community Research and Service*, 5(2), 71-78. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jcrs/article/view/28505>
- Prayoga, D. E. (2018). *Copywriting cara Gampang Buat Iklan yang Menghasilkan Banyak Pelanggan*.
- Putri, I. (2020). *Mastering Copywriting* (01 ed.). Mangrove Inspiration.